

Peran Good Corporate Governance dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah Koperasi Syariah

Salsabilatul Madinah, Alimatul Farida, Abdillah Mundir

Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

Email: dinaarmy28@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the role of Good Corporate Governance (GCG) in enhancing service quality and customer loyalty at BMT UGT Nusantara, a Sharia-based microfinance institution that upholds the principles of transparency, accountability, and fairness. The implementation of GCG is considered a key factor in building public trust and fostering long-term relationships between the institution and its members. Using a quantitative approach, primary data were collected through Likert-scale questionnaires administered to 100 active customers of BMT UGT Nusantara, supported by secondary data from financial reports and institutional documents. The findings reveal that GCG has a positive and significant effect on service quality, which subsequently strengthens customer loyalty. The assurance and reliability dimensions emerged as the most influential aspects in shaping customers' positive perceptions of service performance. These results demonstrate that sound governance practices not only improve internal efficiency and compliance with Sharia principles but also enhance customer trust and satisfaction. The study concludes that consistent application of GCG principles across all operational activities is essential for improving competitiveness and ensuring the long-term sustainability of Sharia microfinance institutions.

Keywords: Good Corporate Governance, Service Quality, Customer Loyalty, BMT, Sharia Microfinance.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Good Corporate Governance (GCG) dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah pada BMT UGT Nusantara sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang berorientasi pada prinsip transparansi, akuntabilitas, dan keadilan. Penerapan GCG diyakini menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan publik dan memperkuat hubungan jangka panjang antara lembaga dengan nasabah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner berskala Likert kepada 100 responden nasabah aktif BMT UGT Nusantara, serta didukung oleh data sekunder dari laporan keuangan dan dokumen kelembagaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan loyalitas nasabah. Dimensi jaminan (assurance) dan keandalan (reliability) menjadi aspek paling dominan dalam membentuk persepsi positif terhadap pelayanan lembaga. Temuan ini menegaskan bahwa tata kelola yang baik tidak hanya meningkatkan efisiensi internal dan kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga memperkuat kepercayaan dan kepuasan nasabah. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya konsistensi penerapan prinsip GCG dalam setiap aspek operasional BMT guna memperkuat daya saing dan keberlanjutan lembaga keuangan syariah di tingkat mikro.

Kata kunci: Good Corporate Governance, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah, BMT, Keuangan Syariah.

A. Pendahuluan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu determinan utama dalam membangun dan mempertahankan loyalitas nasabah. Layanan yang berkualitas tidak hanya menciptakan kepuasan pelanggan, tetapi juga menjadi fondasi bagi keberlanjutan dan profitabilitas lembaga keuangan. Dalam konteks lembaga keuangan syariah, kualitas pelayanan memiliki makna yang lebih luas karena mencerminkan integrasi antara kinerja profesional dan nilai-nilai etika Islam. Upaya peningkatan kualitas pelayanan harus berorientasi pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, persepsi, serta ekspektasi nasabah. Hal ini sejalan dengan pandangan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan hasil dari perbandingan antara persepsi terhadap layanan yang diterima dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Dengan demikian, lembaga keuangan yang mampu menyelaraskan persepsi dan harapan nasabah melalui pelayanan yang responsif, andal, dan berintegritas akan memperoleh keunggulan kompetitif sekaligus memperkuat loyalitas jangka panjang pelanggan.¹

Dalam Islam, tata kelola yang baik tidak hanya bertujuan untuk mencapai efisiensi dan profitabilitas, tetapi juga untuk memastikan bahwa kegiatan bisnis tidak melanggar prinsip-prinsip moral dan etika syariah.² Salah satu bentuk implementasi GCG (*Good Corporate Governance*) dalam konteks ekonomi syariah adalah melalui kehadiran BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*). BMT adalah lembaga keuangan mikro syariah yang memiliki dua fungsi utama: Baitul Maal dan Baitul Tanwil, fungsi Baitul Maal meliputi pengumpulan dan penyaluran dana sosial seperti zakat, infaq, sedekah, dan wakaf. Sementara itu, fungsi Baitul Tanwil berfokus pada kegiatan usaha dan pembiayaan syariah yang bertujuan untuk memberdayakan ekonomi umat.³

BMT berperan penting dalam mendukung inklusi keuangan bagi masyarakat yang tidak terlayani oleh lembaga keuangan konvensional. Dengan beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, BMT mengutamakan keadilan dan kesejahteraan sosial serta memastikan bahwa seluruh transaksi dilakukan tanpa riba, *maysir*, dan *ghajar*. Adapun sistem yang diterapkan dalam BMT Sidogiri adalah sistem terpusat. Kantor Pusat BMT Sidogiri sendiri berada di Pasuruan. Semua aspek baik itu seperti hukum, organisasi, dan operasional dilakukan dengan asas sentralisasi atau terpusat. Semua kegiatan yang dilakukan BMT unit

¹ “Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bni Syariah Cabang Fatmawati,”.

² Sukamto, “Metode Penelitian Ekonomi Syariah,” 2016, 1–23.

³ Abdillah Mundir and Lilik Nur Hayati, “Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Di BRI Syari’ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan,” *Malia (Terakreditasi)* 12, no. 2 (2021): 243–56, <https://doi.org/10.35891/ml.v12i2.2668>.

atau kantor tiap wilayah harus memberi laporan secara rutin kepada kepala cabang, yang kemudian dari kepala cabang tiap kota/kabupaten akan melaporkan kepada pusat BMT.⁴

BMT memiliki karakteristik keterbukaan terhadap para nasabahnya. Sebelum memberikan pembiayaan, BMT menjelaskan secara rinci apa saja kriteria dan ketentuan dari pembiayaan yang disepakati. Hal ini sangat penting didalam penerapan akad-akad muamalah. BMT bersama dengan anggota yang hendak mengambil pembiayaan bersepakat atas segala ketentuan yang telah dibahas bersama, mulai dari jumlah nominal pinjaman, nisab bagi hasil, jumlah angsuran, serta konsekuensi yang akan dilakukan jika tidak mampu membayar angsuran. Selain masalah pembiayaan, segala akses informasi terkait BMT juga mudah untuk didapatkan oleh nasabah dikarenakan lokasi kantor yang dekat dengan nasabah. Nasabah dapat langsung mendatangi kantor atau berkomunikasi lewat telepon jika hendak mendapatkan informasi mengenai BMT.⁵

Pelayanan yang berkualitas merupakan faktor fundamental dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan. Dalam konteks lembaga keuangan mikro syariah seperti BMT, kualitas pelayanan tidak hanya mencerminkan profesionalisme pengelolaan, tetapi juga menjadi indikator penerapan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) yang berlandaskan pada nilai transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan keadilan. Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah membuktikan hubungan positif antara GCG dan kinerja lembaga keuangan konvensional, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) dalam konteks lembaga keuangan mikro syariah, khususnya BMT, yang memiliki karakteristik sosial dan religius yang berbeda dengan lembaga perbankan umum.⁶

Sebagai lembaga keuangan syariah yang berperan penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil, BMT dituntut tidak hanya menjalankan prinsip syariah, tetapi juga menerapkan tata kelola yang baik guna meningkatkan kualitas layanan dan membangun loyalitas nasabah. Namun, dalam praktiknya, masih ditemukan variasi dalam implementasi prinsip GCG di berbagai BMT, terutama dalam aspek jaminan (*assurance*) dan keandalan (*reliability*) pelayanan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana penerapan *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah di BMT UGT Nusantara. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan

⁴ Program Studi et al., "Skripsi Oleh : Skripsi Oleh ;," *Eka Yuliani*, 2015, 28.

⁵ Purbaya Budi Santosa et al., "Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Keberlangsungan Pembiayaan Nasabah Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)," *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2020, 1074–84.

⁶ Siti Nur Kholiza and Mohammad Alief Hidayatullah, "Persepsi Nasabah Tentang Kepuasan Dan Loyalitas Terhadap Kualitas Layanan Di BMT Sukosari," *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 10, no. 1 (2024): 99–108, <https://doi.org/10.29303/jseh.v10i1.424>.

kontribusi empiris terhadap literatur GCG di sektor keuangan mikro syariah serta menjadi dasar penguatan praktik tata kelola dan peningkatan kepuasan nasabah di lembaga keuangan syariah tingkat akar rumput.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah pada BMT UGT Nusantara. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert lima poin, yang dirancang untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel-variabel penelitian. Responden terdiri dari nasabah aktif BMT UGT Nusantara yang dipilih secara purposive sampling, berdasarkan kriteria tertentu seperti lama menjadi nasabah dan frekuensi transaksi, guna menjamin relevansi dan keandalan data.⁷

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber ilmiah, seperti jurnal akademik, buku referensi, laporan tahunan BMT, serta dokumen resmi yang relevan. Data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teoritis dan mendukung interpretasi hasil penelitian. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji normalitas, serta analisis regresi linier berganda untuk mengidentifikasi pengaruh parsial dan simultan antara variabel. Pendekatan ini diharapkan menghasilkan temuan yang objektif, terukur, dan dapat memberikan kontribusi teoretis maupun praktis terhadap pengembangan manajemen tata kelola dan peningkatan kualitas pelayanan lembaga keuangan mikro syariah.

C. Hasil Dan Pembahasan

1. Penerapan Good Corporate Governance di BMT UGT Nusantara

Good Corporate Governance (GCG) merupakan sistem dan proses pengelolaan lembaga keuangan yang berorientasi pada penciptaan nilai berkelanjutan melalui tata kelola yang transparan, akuntabel, bertanggung jawab, independen, dan adil. Dalam konteks lembaga keuangan mikro syariah seperti BMT UGT Nusantara, GCG berfungsi tidak hanya sebagai mekanisme pengendalian manajemen, tetapi juga sebagai instrumen moral yang memastikan operasional lembaga selaras dengan nilai-nilai syariah. Prinsip *amanah, keadilan, dan maslahah* menjadi fondasi utama tata kelola BMT, sehingga

⁷ Nurjanah Rizka Zulfikar, Fifian Permata Sari, Anggi Fatmayati, Kartika Wandini, Tati Haryati, Sri Jumini and Hafid Fadilah. Selvi Annisa, Oktavy Budi Kusumawardhani, Rif'atul Mutiah, Alexander Indrakusuma Linggi, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori, Metode Dan Praktik*, Pertama (Bandung: Widina Media Utama, 2024).

setiap keputusan bisnis harus mempertimbangkan kebermanfaatan sosial serta kepatuhan syariah (*sharia compliance*).⁸

Lima prinsip dasar GCG yang ditetapkan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG, 2006); yaitu transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran (*fairness*) telah diadopsi oleh BMT UGT Nusantara sebagai pedoman operasional. Prinsip transparansi diwujudkan melalui keterbukaan informasi laporan keuangan dan sosialisasi kebijakan produk kepada anggota. Akuntabilitas dijalankan dengan pembagian peran yang jelas antara pengurus, manajer, dan dewan pengawas syariah. Tanggung jawab (*responsibility*) terlihat dari kepatuhan lembaga terhadap peraturan koperasi syariah serta regulasi OJK. Independensi dijaga dengan meminimalkan konflik kepentingan antara pengurus dan anggota, sementara fairness diterapkan melalui layanan yang setara tanpa diskriminasi berdasarkan gender atau latar belakang sosial ekonomi.⁹

Berdasarkan hasil penelitian ini, penerapan prinsip GCG pada BMT UGT Nusantara menunjukkan hasil yang signifikan terhadap peningkatan kualitas layanan. Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan semua indikator GCG memiliki korelasi positif dan signifikan ($r > 0,6$; *Cronbach's Alpha* = 0,935), menandakan bahwa instrumen pengukuran reliabel dan konsisten. Hasil uji *t* mengonfirmasi bahwa dimensi *assurance* yang mencakup kompetensi dan etika staf berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kualitas pelayanan ($t = 5,651$; $p < 0,05$). Hasil uji *F* ($F = 31,939$; $p = 0,000$) memperkuat temuan bahwa penerapan GCG secara simultan berdampak positif terhadap pelayanan nasabah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fatmawati (2022) yang menyebut bahwa GCG memperkuat profesionalisme layanan dan kepercayaan pelanggan di lembaga keuangan syariah.

Secara empiris, implementasi GCG di BMT UGT Nusantara menghadapi tantangan pada aspek literasi tata kelola dan kapasitas manajerial, mengingat skala lembaga yang relatif kecil. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian pegawai belum sepenuhnya memahami praktik GCG modern, terutama dalam manajemen risiko dan pelaporan transparan. Kondisi ini sejalan dengan temuan Nurhayati (2021) yang

⁸ Islamic Financial Services Board (IFSB). (2009). *Guiding Principles on Shari'ah Governance Systems for Institutions Offering Islamic Financial Services*. Kuala Lumpur: IFSB.

⁹ Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG). (2006). *Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia*. Jakarta: KNKG.

menyatakan bahwa lembaga keuangan mikro syariah masih perlu memperkuat pelatihan dan sistem audit internal untuk mencapai tata kelola yang ideal.¹⁰

Dengan demikian, penerapan GCG di BMT UGT Nusantara dapat dikategorikan *progresif*, di mana nilai-nilai syariah berpadu dengan prinsip tata kelola modern.¹¹ GCG tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme administratif, tetapi juga sebagai pilar moral dalam memperkuat kepercayaan (*trust*) dan loyalitas nasabah. Hal ini menegaskan pandangan Mulyono (2020) bahwa tata kelola yang baik merupakan faktor penentu dalam keberlangsungan lembaga keuangan syariah mikro, karena berperan langsung terhadap reputasi, kepatuhan, dan keberlanjutan (*sustainability*) lembaga¹².

2. Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Kualitas Pelayanan

Dalam operasionalnya, BMT memiliki sejumlah prinsip utama yang menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitasnya¹³. Salah satunya adalah keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT yang diwujudkan melalui penerapan nilai-nilai syariah dan muamalah Islam dalam kehidupan sehari-hari. Prinsip ini menjadi landasan moral dan spiritual yang memastikan bahwa semua kegiatan BMT berjalan sesuai dengan ajaran Islam. Nilai ini juga mengarahkan BMT untuk tetap berada di jalur yang sesuai dengan norma agama dalam setiap keputusan dan tindakan bisnisnya. Prinsip lain yang dianut BMT adalah keterpaduan, kekeluargaan, dan kebersamaan¹⁴. Keterpaduan menggabungkan nilai spiritual dan moral untuk menciptakan etika bisnis yang adil, proaktif, dan berorientasi pada kemajuan. Dalam hal kekeluargaan, BMT mengutamakan kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi, membangun hubungan erat antara pengurus, pengelola, dan anggota. Prinsip kebersamaan memperkuat pola pikir yang selaras serta cita-cita bersama di semua lapisan organisasi, sehingga tercipta kesatuan yang harmonis dalam mencapai tujuan bersama.

Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas pelayanan (service quality) pada lembaga keuangan syariah, termasuk BMT UGT Nusantara. GCG memastikan bahwa proses pelayanan dijalankan

¹⁰ Nurhayati, S. (2021). *Good Corporate Governance dan Manajemen Risiko pada BMT*. *Jurnal Keuangan Syariah*, 8(1), 22–34.

¹¹ Danang Darunanto, “Determinasi Loyalitas Pelanggan: Analisis Keandalan, Fasilitas Dan Kepuasan Pelanggan Kereta Api,” *Jemsl* 5, no. 5 (2024): 479–93.

¹² Mulyono, H. (2020). *Manajemen Kinerja dan Tata Kelola Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

¹³ Evi Sopiah Neni Nueraeni, *Peran Baitul Maal Wa TAnwil Dalam Mendorong UMKM Di Kabupaten Sukabumi (Studi Lapangan Di BMT Ibadurrahman Kota Sukabumi)*, *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu* (Bandung: Pusat Penelitian dan Penerbitan UIN SGD Bandung, 2019).

¹⁴ Mohammad Idil Ghufron and Rohma Dewi, “Analisis Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Perspektif Al-Qur'an,” *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2024): 65–84, <https://doi.org/10.33650/profit.v7i2.7195>.

secara profesional, transparan, dan berorientasi pada kepentingan anggota, sehingga mampu membangun kepercayaan (*trust*) dan kepuasan (*customer satisfaction*) nasabah. Prinsip-prinsip GCG seperti akuntabilitas, tanggung jawab, dan kewajaran menciptakan sistem pelayanan yang lebih terstruktur dan berkeadilan, sesuai dengan nilai-nilai syariah yang menekankan amanah dan kejujuran.¹⁵

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan GCG, terutama pada dimensi assurance, yang mencakup kompetensi, kredibilitas, dan etika pegawai berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kualitas pelayanan di BMT UGT Nusantara. Dimensi ini memiliki koefisien positif dan signifikan pada uji parsial ($t = 5,651; p < 0,05$), menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat penerapan etika dan profesionalisme pegawai, semakin baik persepsi nasabah terhadap kualitas layanan. Uji simultan ($F = 31,939; p = 0,000$) memperkuat bahwa GCG secara kolektif memengaruhi dimensi utama kualitas pelayanan seperti keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) sebagaimana dijelaskan dalam model SERVQUAL oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988).¹⁶

Temuan ini sejalan dengan penelitian Fatmawati (2022) yang menyimpulkan bahwa GCG meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah melalui perbaikan sistem pelayanan dan budaya kerja etis di bank syariah. Demikian pula, Amin dan Isa (2019) menemukan bahwa tata kelola yang baik mendorong peningkatan dimensi reliability dan empathy karena mendorong transparansi serta tanggung jawab manajemen terhadap nasabah. Dalam konteks mikro, hasil penelitian Pratiwi (2021) pada koperasi syariah di Jawa Timur juga menunjukkan bahwa penerapan GCG berkontribusi langsung terhadap peningkatan *service responsiveness* dan kedisiplinan pegawai dalam melayani anggota.¹⁷

Secara konseptual, pengaruh GCG terhadap kualitas pelayanan dapat dijelaskan melalui teori *organizational trust*,¹⁸ di mana tata kelola yang baik meningkatkan persepsi nasabah terhadap integritas dan kompetensi lembaga. Ketika GCG diterapkan secara konsisten, nasabah merasa lebih aman dan yakin terhadap komitmen lembaga

¹⁵ Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2019). *Pedoman Tata Kelola Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: OJK

¹⁶ Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

¹⁷ Amin, H., & Isa, Z. (2019). *The impact of Islamic corporate governance on customer satisfaction: Evidence from Malaysian Islamic banks*. *International Journal of Ethics and Systems*, 35(2), 272–288. <https://doi.org/10.1108/IJOES-03-2018-0045>

¹⁸ Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). *An integrative model of organizational trust*. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.

dalam memberikan layanan terbaik sesuai nilai-nilai Islam. Hal ini memperkuat loyalitas dan hubungan jangka panjang antara lembaga dan nasabah.

Sampai disini dapat kita pahami bahwa, implementasi GCG di BMT UGT Nusantara tidak hanya berdampak pada aspek administratif dan pengawasan internal, tetapi juga menjadi faktor utama yang menentukan kualitas interaksi layanan. Pelayanan yang berlandaskan prinsip tata kelola yang baik dan nilai-nilai syariah menghasilkan sistem pelayanan yang tidak sekadar efisien, tetapi juga beretika, manusiawi, dan berkeadilan sosial ciri khas keuangan mikro syariah yang berorientasi pada kemaslahatan anggota.

3. Dampak Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan salah satu determinan utama dalam membangun loyalitas nasabah pada lembaga keuangan syariah. Loyalitas nasabah terbentuk melalui serangkaian pengalaman positif yang konsisten terhadap layanan yang diterima, yang pada gilirannya menumbuhkan kepercayaan (*trust*) dan kepuasan (*satisfaction*) terhadap lembaga. Dalam konteks BMT UGT Nusantara, kualitas pelayanan mencerminkan sejauh mana lembaga mampu menginternalisasikan nilai-nilai syariah seperti *amanah*, *keadilan*, dan *ihsan* ke dalam seluruh aktivitas pelayanan, sehingga menciptakan hubungan emosional dan spiritual antara nasabah dan lembaga.¹⁹

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Madjid dan Darmawangsa (2025) dalam *Journal of Sharia Economics Studies*, yang meneliti pengaruh kualitas pelayanan syariah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Pengayoman Makassar. Mereka menemukan bahwa dimensi *reliability* dan *assurance* memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Keandalan pegawai dalam memberikan layanan secara tepat waktu dan kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya menjadi faktor kunci yang memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.²⁰

Konsistensi pelayanan yang didasarkan pada profesionalisme serta nilai-nilai moral Islam menjadikan nasabah merasa aman dan dihargai, sehingga mendorong mereka untuk terus menggunakan layanan bank syariah tersebut. Dengan demikian, temuan penelitian ini mendukung pandangan bahwa loyalitas nasabah tidak hanya

¹⁹ Danang Darunanto, “Determinasi Loyalitas Pelanggan: Analisis Keandalan, Fasilitas Dan Kepuasan Pelanggan Kereta Api,” *Jemsl* 5, no. 5 (2024): 479–93

²⁰ M. A. R. Madjid dan A. Darmawangsa, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Pengayoman Makassar,” *Journal of Sharia Economics Studies* (Universitas Malikussaleh, 2025), diakses dari <https://ojs.unimal.ac.id/joses/article/download/23988/9784>

dipengaruhi oleh aspek teknis pelayanan, tetapi juga oleh kualitas hubungan yang dibangun melalui keandalan dan jaminan moral dari lembaga keuangan syariah.

Menurut Kotler dan Keller (2016), loyalitas pelanggan merupakan hasil dari kepuasan kumulatif yang dibangun melalui interaksi jangka panjang antara pelanggan dan penyedia layanan.²¹ Dalam lembaga keuangan syariah, loyalitas tidak hanya dimotivasi oleh keuntungan material, tetapi juga oleh keyakinan bahwa lembaga tersebut menjalankan prinsip syariah secara benar.²² Dengan demikian, nasabah yang merasakan kualitas pelayanan yang baik cenderung mempercayakan seluruh kegiatan keuangannya pada lembaga yang sama dan menunjukkan kesetiaan jangka panjang.

Selain itu, konsep loyalitas nasabah dalam perspektif Islam menekankan aspek spiritual (*ruhaniyyah*). Kualitas pelayanan yang berlandaskan nilai *amanah* dan *keadilan* tidak hanya meningkatkan kepuasan fungsional, tetapi juga menumbuhkan ikatan emosional (emotional attachment) yang didasari oleh kesesuaian antara nilai individu dan nilai lembaga.²³ Dalam konteks BMT UGT Nusantara, penerapan pelayanan yang humanis dan beretika syariah mampu memperkuat kepercayaan nasabah bahwa lembaga beroperasi untuk *maslahah* (kemanfaatan) dan bukan semata-mata orientasi keuntungan. Sehingga dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan yang tinggi berimplikasi ganda: secara fungsional meningkatkan kepuasan dan kepercayaan, serta secara spiritual memperkuat loyalitas nasabah terhadap lembaga. Hal ini menunjukkan bahwa dalam ekosistem keuangan mikro syariah, pelayanan berkualitas adalah instrumen dakwah dan pemberdayaan ekonomi umat.

4. Implikasi Teoretis dan Praktis

Pertama, Implikasi Teoretis. Temuan penelitian ini memperkuat teori bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah, khususnya pada lembaga keuangan mikro berbasis syariah seperti BMT. Secara teoretis, hasil penelitian ini memperluas penerapan konsep GCG yang selama ini dominan dikaji dalam konteks perbankan besar atau perusahaan publik, ke ranah lembaga mikro yang memiliki karakteristik sosial-keagamaan yang kuat. Studi ini juga mengonfirmasi relevansi model SERVQUAL dalam konteks keuangan syariah, dengan menambahkan dimensi spiritual (*spiritual*

²¹ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education

²² Amin, H., Isa, Z., & Fontaine, R. (2013). *Islamic banks: Contrasting the drivers of customer satisfaction on image, trust, and loyalty of Muslim and non-Muslim customers in Malaysia*. *International Journal of Bank Marketing*, 31(2), 79–97. <https://doi.org/10.1108/02652321311298627>

²³ Mohd Thas Thaker, M. A. B., Thaker, H. M. T., Pitchay, A. A., & Amin, M. F. (2020). *Determinants of customer loyalty in Islamic banking: Evidence from Malaysia*. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(9), 1735–1753. <https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2019-0110>

assurance) yang mencerminkan nilai-nilai Islam seperti *amanah* dan *ihsan*. Dimensi ini menjadi kontribusi teoretis penting karena memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan di lembaga syariah tidak hanya diukur melalui efisiensi dan kepuasan fungsional, tetapi juga melalui kesesuaian dengan prinsip syariah yang mendasari perilaku organisasi. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya literatur manajemen syariah dan menegaskan pentingnya pendekatan *value-based governance* dalam memperkuat kepercayaan dan loyalitas nasabah.

Kedua, Implikasi Praktis. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan panduan strategis bagi pengelola BMT UGT Nusantara dan lembaga keuangan syariah sejenis. Pertama, penerapan prinsip GCG seperti transparansi, akuntabilitas, dan keadilan harus diintegrasikan dalam seluruh aspek layanan, mulai dari prosedur administrasi, pengelolaan dana, hingga interaksi langsung dengan nasabah. Kedua, peningkatan kapasitas sumber daya manusia perlu menjadi prioritas melalui pelatihan berkelanjutan terkait etika pelayanan syariah, komunikasi efektif, dan manajemen risiko berbasis nilai Islam. *Ketiga*, hasil penelitian menunjukkan pentingnya penguatan sistem pengawasan internal agar prinsip GCG tidak hanya menjadi formalitas administratif, tetapi benar-benar diinternalisasi dalam budaya organisasi. Keempat, BMT perlu membangun sistem pelayanan berbasis digital yang transparan dan partisipatif, untuk memperluas jangkauan layanan dan memperkuat kepercayaan masyarakat.

Bagi regulator seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Kementerian Koperasi dan UKM, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa penerapan GCG yang konsisten dapat menjadi instrumen efektif dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga keuangan syariah. Sementara bagi akademisi, penelitian ini membuka ruang pengembangan model konseptual GCG berbasis *maqashid al-syari'ah* yang lebih kontekstual terhadap dinamika lembaga mikro syariah di Indonesia. Dengan demikian, penerapan GCG yang berorientasi pada nilai spiritual dan prinsip syariah tidak hanya memperkuat kinerja organisasi, tetapi juga menjadikan BMT sebagai agen pemberdayaan ekonomi umat yang berkeadilan dan berintegritas..

D. Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) berperan signifikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan secara tidak langsung memperkuat loyalitas nasabah pada lembaga keuangan mikro syariah, khususnya BMT UGT Nusantara. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip GCG, meliputi transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran—memberikan kontribusi nyata

terhadap peningkatan profesionalisme, etika kerja, dan efektivitas pelayanan staf yang berujung pada meningkatnya kepercayaan serta kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan terbukti menjadi elemen mediasi penting antara penerapan tata kelola dan loyalitas nasabah. Dimensi pelayanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik (*tangible*) menjadi indikator dominan yang memengaruhi persepsi positif nasabah terhadap lembaga. Dalam perspektif keuangan syariah, nilai-nilai *amanah*, *ihsan*, dan *keadilan* memperkuat hubungan emosional dan spiritual antara nasabah dan lembaga, menjadikan loyalitas bukan sekadar hasil kepuasan fungsional, tetapi juga manifestasi kepercayaan moral.

Secara konseptual, hasil penelitian ini menegaskan urgensi penerapan GCG berbasis nilai-nilai syariah sebagai fondasi tata kelola lembaga mikro yang berorientasi pada integritas dan keberlanjutan. Secara praktis, penerapan GCG yang konsisten, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta penguatan sistem pelayanan yang transparan dan berkeadilan menjadi kunci utama dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah BMT. Temuan ini berkontribusi pada penguatan kerangka teoretis dan empiris mengenai tata kelola lembaga keuangan mikro syariah yang efektif, beretika, dan berpihak pada pemberdayaan ekonomi umat.

Referensi

- Abdillah, M., & Hayati, L. N. (2021). Pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah di BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 243–256. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i2.2668>
- Amin, H., & Isa, Z. (2019). The impact of Islamic corporate governance on customer satisfaction: Evidence from Malaysian Islamic banks. *International Journal of Ethics and Systems*, 35(2), 272–288. <https://doi.org/10.1108/IJVES-03-2018-0045>
- Amin, H., Isa, Z., & Fontaine, R. (2013). Islamic banks: Contrasting the drivers of customer satisfaction on image, trust, and loyalty of Muslim and non-Muslim customers in Malaysia. *International Journal of Bank Marketing*, 31(2), 79–97. <https://doi.org/10.1108/02652321311298627>
- Darunanto, D. (2024). Determinasi loyalitas pelanggan: Analisis keandalan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan kereta api. *JEMSL*, 5(5), 479–493.
- Ghufron, M. I., & Dewi, R. (2024). Analisis Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) perspektif Al-Qur'an. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 65–84. <https://doi.org/10.33650/profit.v7i2.7195>
- Islamic Financial Services Board (IFSB). (2009). *Guiding principles on Shari'ah governance systems for institutions offering Islamic financial services*. Kuala Lumpur: IFSB.
- KNKG (Komite Nasional Kebijakan Governance). (2006). *Pedoman umum Good Corporate Governance Indonesia*. Jakarta: KNKG.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Madjid, M. A. R., & Darmawangsa, A. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan syariah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Pengayoman Makassar. *Journal of Sharia*

- Economics Studies, Universitas Malikussaleh.
<https://ojs.unimal.ac.id/joses/article/download/23988/9784>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Mulyono, H. (2020). *Manajemen kinerja dan tata kelola lembaga keuangan syariah*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Neni Nueraeni, E. S. (2019). *Peran Baitul Maal wat Tamwil dalam mendorong UMKM di Kabupaten Sukabumi (Studi lapangan di BMT Ibadurrahman Kota Sukabumi)*. Bandung: Pusat Penelitian dan Penerbitan UIN SGD Bandung.
- Nurhayati, S. (2021). Good corporate governance dan manajemen risiko pada BMT. *Jurnal Keuangan Syariah*, 8(1), 22–34.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2019). *Pedoman tata kelola lembaga keuangan syariah*. Jakarta: OJK.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Purbayu, B. S., et al. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) terhadap keberlangsungan pembiayaan nasabah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 1074–1084.
- Rizka Zulfikar, N., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., Fadilah, H., Annisa, S., Kusumawardhani, O. B., Mutiah, R., & Linggi, A. I. (2024). *Metode penelitian kualitatif: Teori, metode dan praktik* (1st ed.). Bandung: Widina Media Utama.
- Siti, N. K., & Hidayatullah, M. A. (2024). Persepsi nasabah tentang kepuasan dan loyalitas terhadap kualitas layanan di BMT Sukosari. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 10(1), 99–108. <https://doi.org/10.29303/jseh.v10i1.424>
- Sukamto. (2016). *Metode penelitian ekonomi syariah* (pp. 1–23).
- Thas Thaker, M. A. B. M., Thaker, H. M. T., Pitchay, A. A., & Amin, M. F. (2020). Determinants of customer loyalty in Islamic banking: Evidence from Malaysia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(9), 1735–1753. <https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2019-0110>